

Schreibtischtäter auf dem Bau

Regers Musterhaus in Wernberg: Fach-Redakteure für einen Tag auf der Baustelle

Von Jürgen Herda

Wernberg. So bekommt man also Schreibtischtäter auf den Bau: „Ich habe bei der Firma Xella angerufen“, sagt Josef Reger, „und die Idee vorgestellt: Redakteure bauen an einem Musterhaus mit.“ Der Vorschlag des Vohenstraußer Bauunternehmers begeisterte Olaf Kruse, Pressesprecher Deutschland von Xella (bekannt mit Ytong). „In den Fachzeitschriften arbeiten oft Architekten und Handwerker, die sich freuen mal wieder selbst Hand anlegen zu dürfen.“

Einigen Kollegen scheinen beim schlitzohrigen „Abwerbungsversuch“ des bärtigen Unternehmers auch sofort anzubeißen: „Zwei haben überlegt, den Job hinzuschmeißen“, lacht Reger. „Die Arbeit an der frischen Luft macht Spaß. Und als die gehört haben, dass ein guter Maurer bei uns 3500 Euro brutto verdient und am Wochenende den Mannschaftsbus nutzen darf, waren sie baff.“ Natur-



Bauunternehmer-Paar Josef und Michaela Reger vor der Baustelle ihres Musterhauses „Am Fischerbügel“ in Wernberg: „Wir haben ein Umfeld ausgesucht, das nicht zugespäst ist – man soll sehen können, dass auch für eine normale Familie ein sehr guter Standard möglich ist“, sagt der Bauherr.

Bilder: Herda (3)

lich nur ein Späßchen – auch wenn die Freude am Bauhandwerk durchaus Ernst gemeint ist.

Das Team um den mittelständischen Bauunternehmer Reger, dem Baustoffhersteller Xella und dem Grüppchen Redakteure zieht „Am Fischer-

bügel“ ein Musterhaus für Jedermann hoch: „Wir konzipierten hier als Vorzeigebauwerk ein hochwertiges Haus, das sich aber eine durchschnittliche Familie leisten kann.“ Mit einem Mauerwerk aus hochwärmedämmenden Ytong Steinen mit einem Lambda-Wert von 0,08 W/(m²K) entsteht ein KfW-Effizienzhaus 70, für das Fördermittel bei der KfW-Bank beantragt werden können.

Und natürlich, das Auge wohnt mit, freut sich Bauunternehmerin Michaela Reger: „Wir haben natürlich auch ein schönes Baugebiet ausgesucht, mit Blick auf die Burg und in unmittelbarer Nachbarschaft eines Naturschutzgebietes, das nicht verbaut werden kann.“ Ihr Mann ergänzt die strategischen Überlegungen zur Location: „Es hat eine zentra-

le Lage zwischen Amberg, Weiden und Schwandorf – in der Nähe des Autobahnkreuzes A 93 und A 6.“

Inklusive Grill und Kohle

160 Quadratmeter Wohnfläche mittig auf einem 800 Quadratmeter großen Grundstück – die Sonne soll möglichst lange den Gartenaufenthalt versüßen. Wenn das Bilderbuchhaus für Otto Normalverbraucher im Frühsommer 2015 fertig wird, können Kunden im möblierten Anwesen Probe wohnen: „Wenn die am Wochenende kommen, ist alles da, was ein Familienhaushalt so erwartet: Von der Einrichtung über die Küche mit Geschirr bis zum Fahrrad inklusive Grill und Kohle für Garten und Terrasse“, lockt Reger. Und das Ganze soll einmal „deutlich unter 300 000 Euro kosten“.



Thomas Wieckhorst, Chefredakteur der Zeitschrift „Bauhandwerk“ fotografiert „seinen“ Redakteur Thomas Schwarzmann (links), der Ytong-Stein auf Ytong-Stein schichtet.

Arbeitswütige Fachredakteure

Journalismus am Bau: So fühlt sich das Maurerhandwerk an, über das sie schreiben

Wernberg. (jrh) Donnerstag, 9 Uhr. Herrliches Wetter auf der Baustelle. Und da sind sie nun alle, die arbeitswütigen Fachjournalisten: Thomas Wieckhorst, Chefredakteur „Bauhandwerk“, fotografiert „seinen“ Redakteur Thomas Schwarzmann beim Ytong-Steine-Verlegen. „Wir wollten praktisch erfahren, worüber wir in der Theorie schreiben“, sagt Wieckhorst. „Das macht noch mehr Spaß, als wir dachten.“

„Ich habe ein Handwerk gelernt“, offenbart Schwarzmann, warum ihm der Job gar so leicht von der Hand geht. „Als Elektroinstallateur muss man schon auch mal was verputzen.“ Und schreiben habe er schon immer gekonnt, jedoch: „Ich wollte keinen Schreibtischjob.“ Erst studierte er Umwelt- und Hygienetechnik in

Lübeck, dann begann er als Lokaljournalist und schließlich führte er zwei Kompetenzen im Verlag zusammen: „Handwerk und Schreiben.“

Handwerklich unbegabt

Auch Andreas Ehrfeld von der Redaktion „Hausbau“ im Fachschriften Verlag hat für Musterhaus Mörtel aufgezogen und ein gemauert: „An die Säge habe ich mich aber nicht getraut“, lacht er, „ich hatte Angst, die Finger reinzubringen.“ Er sei nämlich handwerklich eher unbegabt, gesteht er. Spaß macht es ihm trotzdem: „Super, schnell, wie das wächst – man sieht gleich, was man geleistet hat.“

Martina Spar, Verlagsleiterin bei der Compact Publishing GmbH, ist das erste Mal auf einer Baustelle: „Meine Erkenntnis aus dem heutigen

Tag ist, man sollte die Fachleute bauen lassen“, lacht die Frau, die vom Callcenter bis zur Chefin alle Positionen im Verlag durchlaufen hat. „Für mich ist die körperliche Arbeit ganz schön anstrengend und man muss dabei auch noch unheimlich genau sein.“ Kollegin Christiane Nönnig, Redaktionsleiterin im gleichen Haus, hat kräftig „Mörtel angerührt“. Ein handwerklicher Background sei für sie als Germanistin nicht verkehrt.

Und von Simbert Fröhlich, Vorführmeister bei Xella, fühlen sich alle ausgezeichnet an die Hand genommen. „So habe ich mir Bauen nach Anleitung vorgestellt“, lobt Nönnig den Chef für einen Tag. Der gibt das Kompliment gerne zurück: „Gute Leute“, resümiert er, „die kann man schon gebrauchen“.



So habe ich mir Bauen nach Anleitung vorgestellt.

Christiane Nönnig, Redaktionsleiterin „Der Bauherr“

Handel setzt weiter auf das Ladengeschäft

Studie des E-Commerce-Center beim Kölner Institut für Handelsforschung: 61 Händler in der Oberpfalz befragt

Weiden. (sbü) Über 70 Prozent der Händler in der Oberpfalz verfügen über keinen eigenen Online-Shop. Diese und andere wichtige Aussagen zur Geschäftssituation des mittelständischen Handels in der Oberpfalz und deren zukünftigen Tendenzen sind einer Studie des E-Commerce-Centers Köln (ECC) beim Kölner Institut für Handelsforschung GmbH für den Bereich der Oberpfalz zu entnehmen – nachzulesen auf der Webseite der IHK Regensburg.

Stärkung durch Beratung

61 Klein- und Mittelbetriebe des Handels aus der Oberpfalz haben sich an der bundesweiten Studie in den Monaten März bis Mai dieses Jahres beteiligt. Ihre Antworten wurden jetzt veröffentlicht. Kernfrage war: Wie wollen die Betriebe die Herausforderungen der Zukunft bewältigen? Und die zusammenfassende Antwort heißt „Stärkung des stationären Handels durch Beratung und Einkaufserlebnis“. Über 85 Prozent der Händler sind der Meinung „dass der stationäre Handel Maßnahmen



„Gar nicht so trüb wie das Sommerwetter in der Weidener Fußgängerzone sehen die Händler in der Oberpfalz ihre aktuelle Geschäftslage.“ Bild: sbü

ergreifen muss, um dauerhaft wettbewerbsfähig zu bleiben.“ Dem Online-Handel wird in der Befragung sein Potenzial wegen zunehmender Bedeutung der mobilen Endgeräte nicht abgesprochen.

72 Prozent der Oberpfälzer Händler glauben nicht, „dass Online-Shops dem stationären Handel in puncto Einkaufserlebnis das Wasser reichen können“. Händler mit Innen-

stadtlage fühlen sich bestätigt, weil sie eine stärkere Frequentierung des stationären Geschäfts feststellen.

Weniger als die Hälfte der Händler sieht die Zukunft im kombinierten Angebot von Online-Shops, Smartphone-Geschäft und stationärem Handel. Wenige glauben an die Prophezeiung, künftig müsse die bestellte Ware noch am Tag des Kaufs geliefert werden.

Dass sich viele mittelständische Händler mit dem Internet nicht so richtig anfreunden können, ist auch aus den Antworten zur Nutzung der sozialen Netzwerke wie Facebook, Google oder Youtube zu ersehen: Auf die Frage, ob ihr Unternehmen in den sozialen Netzwerken aktiv ist oder dies geplant sei, antworten 41 Prozent mit „Nein“.

Allerdings nutzen immerhin 37 Prozent Facebook & Co. privat. Gut 75 Prozent der Händler sagen auch, dass sie ihre Ware nicht über Online-Marktplätze wie Ebay vertreiben und dies auch nicht planen.

Online-Händler außen vor

Wichtig für die Interpretation der Befragungsergebnisse ist, dass nur in ganz wenigen Einzelfällen Online-Händler (3,3 Prozent) befragt wurden. 70 Prozent aller Befragten betreiben ausschließlich einen stationären Handel, gut 26 Prozent sind sogenannte „Multi-Channel-Händler“ mit Online-Shop und Ladengeschäft.

Metropolregion

„Menschen suchen das Einzigartige“

Bayreuth/Kulmbach. (sr) Wolfgang Judas gilt in seiner Branche als Vordenker. Der Inhaber der Kulmbacher Werbeagentur Designhouse plädiert in seinem neuen Buch „idées – Gedanken für das 21. Jahrhundert“ dafür, den Wandel der Werte bewusst wahrzunehmen, um im modernen, multimedialen Leben ein erfolgreiches Marketing zu entwerfen, weg vom Austauschbaren, hin zum Wertvollen. „In einer Zeit, die von schneller Reiz- und Informationsflut geprägt ist, suchen die Menschen das Einzigartige, das Besondere“, meint der aus Gefrees stammende Design-Experte. Eindruck und Nachhaltigkeit versprechen „gerade die feinen Botschaften“. In seinem hochwertig gestalteten Buch präsentiert Judas seine Ideen für Unternehmen, die ihre Kunden unverwechselbar ansprechen wollen. Wie dies gelingt: klare Bot-



Wolfgang Judas. Bild: hzf

schaften, emotionale Inhalte („Gefühl ist ein erstklassiger Verkäufer“), überraschende Perspektiven und werthaltige Darstellung. Mit seiner Agentur ist Judas seit über 20 Jahren auch international tätig.

Wolfgang Judas: „idées – Gedanken für das 21. Jahrhundert“ (Druckkultur Späthling), 170 Seiten (im Schuber), limitierte Edition, ISBN 978-3-942668-20-0, erhältlich beim Autor, 24,90 Euro zzgl. Versand

Weitere Informationen im Internet: www.oberpfalznetz.de/idees

Angemerkt

Trend geht zu Multi-Channel

Von Siegfried Bühner

„Hoppla“, überkommt es den Leser der Studie zur Zukunft des Einzelhandels, hoffentlich wird da nicht etwas verschlafen. Reicht das Negativbeispiel der Kaufhäuser nicht schon? Im Interesse der Arbeitsplätze wäre vielleicht etwas mehr Flexibilität angesagt.

Vielleicht war aber bei einer Befragung von fast ausschließlich stationären mittelständischen Händlern auch kein anderes Ergebnis zu erwarten. Schließlich zählt der Online-Handel oftmals nicht zu deren Kernkompetenzen. Online-Händler hätten bestimmt andere Antworten gegeben.

Aber mehr Vorsicht wäre den oft alteingesessenen Einzelhändlern schon anzuraten. Nach einer Prognose der Post als Paketdienstleister könnte der Online-Handel bald 40 Prozent des gesamten Handelsumsatzes betragen. Auch wenn hier der Wunsch der Vater des Gedankens sein könnte: Irgendwo in der Mitte zwischen dem derzeit 10-Prozent-Anteil und den Vorstellungen der Post wird die Wahrheit wohl liegen. Und da wären mehr „Multi-Channel-Händler“ wohl sehr hilfreich.